



Freut sich über meßbare Verkaufserfolge: Schaffrath-Hauptverkaufsleiter Helmut Kaiser.

ve Kriterien als Bewertungsmaßstab einführen. Den Seminarerfolg derart dingfest machen zu wollen, überzeugte sofort.

möbel kultur: Mit welchem Konzept kann der Erfolg denn so konkret werden?

Michael Lindemann: Mein Programm lautet: Die „Bedienungsqualität“ muß erfolgreich umgesetzt werden. Dies beinhaltet einerseits die klassische Schulung im Seminar, andererseits die Umsetzung vor Ort im Möbelhaus.

Der Trainer leistet aktive Hilfestellung beim Verkäufer, um diesen qualitativ besser und zeitlich schneller zum Verkaufsabschluß zu bringen.

Wichtig ist dabei vor allem, daß die Schulung praxisnah erfolgt. Das heißt: ich vermittele dem Einrichtungsberater während des Coachings, wie er das erlernte Wissen praktisch anwendet. Ich bin also aktiv bei den Verkaufsgesprächen dabei. Hat er den Abschluß erreicht, beweist er, daß er das im Vorfeld vermittelte Wissen richtig aufgenommen hat.

Durch unsere Schulungen wurde die Bedarfsermittlung qualitativ schließlich so verbessert, daß dadurch die Anzahl der Reklamationen erheblich gemindert wurde.

möbel kultur: Wie lange müssen Sie schulen, um diese Ergebnisse zu erzielen?

Michael Lindemann: Um die Beraterqualität der Verkäufer systematisch zu erhöhen, hat sich folgende Vorgehensweise durchgesetzt: drei Schulungsblöcke à zwei Tage in Abständen von circa sechs bis acht Wochen, unterstützt von einem konzentrierten Feldtraining zwischen den einzelnen Seminartagen. Dieses sogenannte Coaching erstreckt sich auf ein bis zwei Tage pro Mitarbeiter im Wechsel.

möbel kultur: Welche Reaktion zeigten die Mitarbeiter angesichts dieser neuen Methode?

Helmut Kaiser: Michael Lindemanns Stärke ist es, auf menschlicher Basis auf die persönlichen Belange der Verkäufer einzugehen und dabei die konsequente Verfolgung der Unternehmensziele strikt im Auge zu behalten. Speziell beim praxisnahen Coaching vor Ort baute sich sehr schnell eine beispielhafte Vertrauensbasis im zwischenmenschlichen Bereich auf – auch wenn zum Teil energisch durchgegriffen wurde.

Doch wer immer den bequemsten Weg geht, hat eigentlich keine Chance wirklich etwas zu verändern.

möbel kultur: Was hat sich denn jetzt konkret in den Schaffrath-Häusern verändert?

Helmut Kaiser: Die Häuser erreichten Umsatzsteigerungen, die weit über dem branchenüblichen Rahmen lagen und die vor Beginn der Schulungsmaßnahme anvisierten Umsatzzahlen deutlich überschritten.

möbel kultur: Wodurch waren diese Steigerungen möglich? Wie lange hat es gedauert?

Helmut Kaiser: Während eines Zeitraumes von 18 Monaten wurde ein zwischen Trainer und Geschäftsleitung gemeinsam erarbeitetes Konzept geschult und in die Praxis umgesetzt. Mit dem Ergebnis, daß sich die individuelle Verhaltensweise der Verkäufer verbesserte. Die Beraterqualität, Kommunikations- und Konfliktfähigkeit sowie Abschlußsicherheit haben sich erheblich erhöht.

möbel kultur: Woran machen Sie das fest?

Helmut Kaiser: Um diese Verbesserung eindeutig messen zu können, wurden Kriterien und Indikatoren zur qualitativen Kontrolle vorher festgelegt. Diese Vorgehensweise trug wesentlich zu unserer Zielerreichung bei.

Eine elektronische Zählanlage weist nach, wieviel Kunden das Haus jeden Tag betreten.

Darüber hinaus ermitteln wir die Anzahl der Kunden im Bereich Randsortiment und im Bereich Möbel, auf Grundlage der durchschnittlichen Bar- und Möbelverkäufe. Mit Hilfe unserer EDV ist dies ohne weiteres exakt auswertbar. Anhand der Abschöpfung ist der Schulungserfolg dann meßbar.

möbel kultur: Ein derart umfangreiches Training ist sicherlich nicht billig. Wieviel muß ein Unternehmer dafür auf den Tisch legen?

Michael Lindemann: Die Kosten des Seminars und des Coachings werden pro Seminarteilnehmer errechnet und den erwirtschafteten Deckungsbeiträgen gegenübergestellt. Daher können wir sagen, daß sich die Investition in ein solches Umsatzsteigerungsprogramm schon innerhalb weniger Monate amortisiert haben.

möbel kultur: Um meßbaren Erfolg in dieser Zeitspanne vorweisen zu können, müssen Sie Schwachpunkte sofort erkennen. Welchen „typischen“ Problemstellungen begegnen Sie immer wieder in Handelshäusern?

Michael Lindemann: Es fängt schon mit der persönlichen Kundenansprache an. Grundvoraussetzung ist Freundlichkeit. Außerdem muß der Einrichtungsberater in der Lage sein, sofort zu analysieren, welcher gezielte Bedarf beim Kunden besteht. Dabei muß er mit sehr viel Feingefühl arbeiten, um auf die persönliche Situation des Kunden eingehen zu können.

Die Problematik dabei ist, „aus dem Bauch heraus“ zu taxieren, was der Kunde kaufen möchte. Der Verkäufer muß erst einmal lernen, den Kunden – bei einer Vielzahl von unterschiedlichen Persönlichkeiten – richtig einzuschätzen. Wichtig ist Sympathie zu erzeugen und beidseitiges Vertrauen herzustellen.

möbel kultur: Wie bewerkstelligt er das?

Michael Lindemann: Im fachlichen Bereich muß der Verkäufer Kompetenz beweisen, die er durch eine geeignete Sprache „überbringt“. Fachchinesisch ist dabei nicht gefragt. Er muß in der Lage sein, auf verständliche und nachvollziehbare Art das gewünschte Produkt zu beschreiben, um den individuellen Nutzen des Kunden in den Vordergrund stellen zu können. Ganz wichtig ist dabei, daß er eine sichere Beziehungsebene herstellt und in der Lage ist, konfliktfrei zu kommunizieren. Wenn all dies gegeben ist, kommt es darauf an, daß er dem Kunden beim Verkaufsabschluß die Sicherheit vermittelt, genau das richtige Möbelstück gekauft zu haben.

möbel kultur: Um dieses Feeling vermitteln zu können, darf die Teilnehmerzahl eines Seminars nicht zu groß sein. Wieviel Personen können Sie gleichzeitig coachen?

Michael Lindemann: Damit ein höchstmöglicher Know-how-Transfer gewährleistet wird, empfehlen wir eine maximale Obergrenze von neun Personen im Seminar. Jeder Teilnehmer wird im Seminar stark gefordert. Und benötigt und bekommt die volle Aufmerksamkeit des Trainers.